

**REDESAIN KEMASAN PRODUK YOU JELL MENGGUNAKAN
HOUSE OF QUALITY DAN PETA MORFOLOGI DI PT INSAN
MUDA BERDIKARI**

(STUDI KASUS : PT INSAN MUDA BERDIKARI)

TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

YOYOK PRIYONO

NRP : 143010004



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS PASUNDAN

BANDUNG

2018

I-1

**REDESAIN KEMASAN PRODUK YOU JELL MENGGUNAKAN
HOUSE OF QUALITY DAN PETA MORFOLOGI DI PT INSAN
MUDA BERDIKARI
(STUDI KASUS : PT INSAN MUDA BERDIKARI)**

Oleh

YOYOK PRIYONO

NRP : 143010004

Menyetujui
Tim Pembimbing

Tanggal

Pembimbing

Penelaah

(Ir. H. Dadang Hendriana, M.Sc.)

(Ir. Asep Saefulbachri R, MM., MBA)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Ir. Toto Ramadhan, MT)

**REDESAIN KEMASAN PRODUK YOU JELL MENGGUNAKAN
HOUSE OF QUALITY DAN PETA MORFOLOGI DI PT INSAN
MUDA BERDIKARI
(STUDI KASUS : PERUSAHAAN YOGHURT BANDUNG BARAT)**

YOYOK PRIYONO
NRP : 143010004

ABSTRAK

Yoghurt Youjell merupakan produk yang berasal dari olahan susu segar dengan kualitas terbaik, diproduksi oleh PT Insan Muda Berdikari. Pihak perusahaan selalu menginginkan peningkatan penjualan disetiap tahunnya, namun pihak perusahaan menemukan masalah berkaitan dengan kemasan mengingat produk sejenis yang sudah ada lebih baik dan sesuai di tandard dalam segi kemasan. Kemasan yoghurt youjell yang digunakan saat ini mempunyai beberapa keluhan dari konsumen yaitu botol yang digunakan mudah pecah, tinta mudah dihapus dan bahan label yang tidak tahan terhadap pergantian suhu, hal ini dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan dalam perancangan ulang kemasan produk yoghurt youjell dengan mempertimbangkan keinginan konsumen dalam pengembangan desain kemasan produk agar dapat mengatasi permasalahan kemasan yang telah digunakan saat ini. Berdasarkan hasil rancangan dari HOQ dan peta morfologi maka didapatkan hasil rancangan akhir yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat meningkatkan kembali penjualan produk yoghurt youjell yaitu sebagai berikut : Bahan kemasan menggunakan jenis kemasan dasar dan kemasan tambahan dimana dalam hasilnya menggunakan bahan Tetra Pak. Bentuk kemasan persegi panjang/kotak dengan ukuran (L x W x H) 6,4 x 4 x 12.5 cm dengan berat bersih 500 ml, sedangkan untuk tata letak bagian atribut kemasan yaitu nama produk, produsen dan logo produk dilampirkan pada bagian depan kemasan, informasi mengenai komposisi bahan produk, nilai gizi dilampirkan disisi kanan dan informasi keunggulan produk dilampirkan pada bagian belakang kemasan, keterangan izin dinas kesehatan, kadaluarsa produk dan keterangan halal dilampirkan pada bagian depan kemasan sedangkan untuk bagian kode produksi, berat bersih produk dan barcode produk dilampirkan dibagian sisi kiri kemasan, Warna kemasan menggunakan tinta pigment, penutup kemasan menggunakan penutup TwistCup sehingga kemasan mudah dibuka dan ditutup serta Logo kemasan menggunakan kombinasi gambar dan tulisan.

Kata Kunci : House Of Quality, Kemasan, Peta Morfologi

**REDESIGNING PACKAGING PRODUCTS YOUJELL USE THE HOUSE OF
QUALITY AND MAP MORPHOLOGY AT PT INSAN MUDA BERDIKARI
(STUDY : PT INSAN MUDA BERDIKARI)**

YOYOK PRIYONO
NRP : 143010004

ABSTRACT

Of yogurt youjell are products that derived from thinking about processed fresh milk of the highest quality , produced by agrindo ltd there has been a time young berdikari .The incident but the company always wanting to be sales increase luminance of the next three years , but the incident but the company discover matters pertaining to of the packaging in order the remembrance of similar products that had already been there are more well and in accordance dtandart in terms of of the packaging in order .Of the packaging in order of yogurt youjell the commercial strains used currently with an unknown number of complaints from muamalat ran into financial difficulties the world largest oil consumers the face by a bottle used easily broken , ink easily removed and as materials for the labels that ca not deal with the to the change of the temperature of , this can be induce belief of consumers on the product .This study attempts to provide suggestions in the design packaging yogurt re products youjell considering consumer advocacy in the development of packaging product design to solve the problems in a have used today.Based on the results of such scrap from hoq and map morphology then got the results of the final draft according to consumer advocacy so can increase back the sale of products yogurt youjell i e as follow : Material packaging use a kind of packaging basic and packaging additional where in the results use of tetra sir.The form of packaging square long / box with size (l x w x h) 6.4 x 4 x 12.5 cm with the net weight 500 ml, while for the layout part attribute packaging that is the name of products, producers and logo products be attached to the front packaging, information on the composition of substances products, nutritional value is attached with right and information excellence products be attached to the back of packaging, information permission health department, expired on the pretext your product or why did and has provided you with president susilo bambang yudhoyono delivered shall be enclosed with the front part of of the packaging in order while for a part of a production code , the net weight of your product or why did barcode the product is attached to the left side of of the packaging in order , the color of of the packaging in order ink pigment , a cover of the packaging in order use cover twistcup so that of the packaging in order easy opened and closed as well as our logo because of the packaging in order uses a combination likeness and title .

Keywords: house of quality , packaging , map morphology

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Pemecahan Masalah.....	6
1.4 Pembatasan dan Asumsi.....	7
1.5 Lokasi Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TUJUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	1
II.1 Pengertian Produk.....	1
II.2 Atribut Produk.....	1
II.3 Tingkatan Produk.....	2
II.4 Kemasan Produk.....	3
II.4.1 Faktor-faktor Kemasan.....	3
II.4.2 Fungsi Kemasan.....	5
II.4.3 Manfaat Kemasan.....	6
II.4.4 Jenis-jenis Kemasan.....	6
II.4.5 Unsur-unsur Kemasan.....	7
II.4.6 Strategi Kemasan.....	8
II.4.7 Syarat Merancang Kemasan yang Menarik.....	9
II.4.8 Desain Kemasan.....	10
II.5 Kepuasan Konsumen.....	14

II.5.1 Elemen Kepuasan Konsumen.....	14
II.5.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	15
II.6 Perancangan dan Pengembangan Produk.....	16
II.6.1 Identifikasi Kebutuhan Konsumen.....	16
II.6.2 Teknik Pengumpulan Data.....	16
II.7 <i>Quality Function Deployment</i>	22
II.7.1 Pengertian <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	22
II.7.2 Manfaat QFD.....	22
II.7.3 Unsur <i>Quality Function Deployment</i> (QFD).....	25
II.7.4 Fase-fase dalam Model QFD.....	26
II.7.5 <i>House Of Quality</i> (HOQ).....	26
II.7.6 Pengembangan Alternatif Rancangan Produk.....	32
BAB III USULAN PEMECAHAN MASALAH	1
III.1 Bagan Aliran Penelitian.....	1
III.2 Model Pemecahan Masalah.....	2
III.3 Populasi dan Sampel.....	3
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	4
III.5 Identifikasi Variabel.....	5
III.6 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2004 Tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan.....	6
III.6.1 Kemasan Pangan.....	6
III.7 Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Tentang Bahan Kemasan Pangan.....	7
III.7.1 Ketentuan Umum.....	7
III.8 Peraturan Menteri Perindustrian Tentang Pencantuman Logo Tara Pangan dan Kode Daur Ulang Pada Kemasan Pangan dari Plastik.....	8
III.8.1 Pencantuman Logo dan Kode Daur Ulang.....	8
III.9 Teknik Pengolahan Data.....	9
III.9.1 Penyusunan House Of Quality.....	9
III.9.2 Peta Morfologi.....	12

III.10 Aspek Fisik Kemasan.....	13
III.10.1 Kemasan Tetrapak.....	13
III.11 Analisa dan Pembahasan.....	15
III.12 Kesimpulan dan Saran.....	15
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	1
IV.1 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	1
IV.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
IV.1.2 Penentuan Responden.....	2
IV.1.3 Penyusunan Quesioner.....	3
IV.1.4 Penyebaran Quesioner.....	4
IV.1.5 Pengumpulan Quesioner.....	4
IV.1.6 Data Penelitian.....	8
IV.2 Pengolahan Data	
IV.2.1 Perolehan Nilai Tingkat Kebutuhan Konsumen (IC)	
IV.2.2 Perancangan Desain Kemasan Produk	
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	1
V.1 Perancangan Desain Kemasan Produk.....	1
V.1.1 Analisis Kebutuhan Konsumen Terhadap Tingkat Kepentingan.....	1
V.1.2 Analisis HOQ Fase 1 dan Fase 2.....	3
V.1.3 Analisis Rancangan Perbaikan Desain Kemasan Produk.....	6
V.1.4 Evaluasi Alternatif.....	8
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	1
VI.1 Kesimpulan.....	1
VI.2 Saran.....	2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam keadaan perekonomian yang sekian sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan yang lainnya.

Supaya perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Lembang adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Bandung Barat berada pada ketinggian antara 1.312 hingga 2.084 meter diatas permukaan laut. Dengan keadaan yang seperti diatas maka mata pencaharian masyarakat yaitu sebagai petani, pedagang, pekerja sektor informal. Potensi alam yang baik menjadikan Lembang menjadi pusat pendidikan dan penelitian untuk pertanian dan peternakan. Dengan banyaknya masyarakat yang berkecimpung di sektor peternakan yaitu sapi perah, seiring berjalannya waktu muncul perusahaan yang bergerak di dalam pengolahan susu hasil dari masyarakat sekitar. Produk yang banyak dihasilkan selain susu segar yaitu olahan Yogurt (Yojell) dimana produk ini diproduksi oleh salah satu perusahaan yang berada di daerah Kp.Paratag Ds.Jambudipa RT 02 RW 07 Kec.Cisarua Kab.Bandung Barat Prov.Jawa Barat.

Namun dengan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang sama menimbulkan persaingan sangat kuat di olahan Yoghurt ini. Untuk di daerah Bandung saja banyak yoghurt yang sudah ada terdiri dari berbagai macam varian rasa maupun kemasan. Dari sekian banyak jenis Yoghurt yang ada tanpa adanya teknik untuk mempertahankan di pasaran maka lama-lama akan kalah bersaing dengan kompetitor seperti halnya yang dialami oleh PT Insan Muda Berdikari. Berdasarkan dari segi rasa masih bisa bersaing dengan kompetitor namun dari segi lain misalkan kemasannya, mereka masih jauh tertinggal dengan kemasan kompetitor yang sudah ada. Hal seperti ini dalam kondisi yang lama akan berdampak tidak baik bagi perusahaan yang akan berakhir dengan kerugian.

No	Nama	Yoghurt Heavenly blush	Yoghurt Cimory
1	Kemasan	Karton, tidak perlu masuk kulkas, proses aseptis	Botol, harus masuk kulkas
2	Tekstur & rasa	Cair, sedikit manis	Cair, asam
3	Rasa	strawberry, peach, blackcurrant	Banyak rasa
4	Kandungan gizi	Vitamin A, B1, B3, B6, C, E, Ca, Asam folat	Vitamin A, D, B2, B12 dan Fosfor

Perbandingan produk kompetitor

PT Insan Muda Berdikari saat ini melakukan metode penjualan masih menggunakan cara yang lama dan masih menysasar pasar tradisional. Teknik penjualan melalui *door to door* atau mulut ke mulut dalam artian orang mengetahui produk yang dijual berdasarkan informasi orang yang sudah pernah membeli produk tersebut. Padahal di era saat ini pasar modern jauh lebih bisa memberikan keuntungan jika perusahaan mampu menganalisa kondisi pasar yang ada.

Pada saat ini perusahaan ingin meningkatkan penjualan dengan menambah target per hari dan tentunya memperbanyak persediaan susu segar setiap harinya dari yang semula 300 L per hari menjadi 500 L per hari. Namun walaupun mereka sudah meningkatkan produksi pihak perusahaan hanya menjual ke pasar tradisional dan pada saat ini perusahaan menginginkan bahwa produk juga harus masuk ke pasar modern. Perusahaan melakukan survey pasar dengan menawarkan produk yang dimiliki, namun untuk bersaing dipasar modern tidaklah mudah sudah banyak kompetitor pendahulu merajai pasar modern. Perusahaan harus memiliki banyak keunggulan dibanding produk yang sudah ada.

Pasar modern misalkan supermarket mereka mempunyai SOP mengenai spesifikasi barang atau produk yang bisa masuk ke toko mereka. Ketika pihak perusahaan menawarkan produk yang dimiliki yaitu yoghurt Youjell pihak supermarket menolak dikarenakan produk yang ditawarkan belum memenuhi standart yang diterapkan. Pihak supermarket menolak dengan alasan bahwa kemasan yang perusahaan pakai dalam mengemas produk masih kurang menarik. Dari sini perusahaan harus berfikir bagaimana kemasan dapat diperbaiki dan bisa diterima dipasar modern sehingga bisa bersaing dengan produk kompetitor yang sudah jauh lebih dulu menguasai pasar modern. Saat ini kemasan merupakan faktor penting dalam menunjang kemajuan produk yang akan dipasarkan, meningkatkan profit dan penjualan.

Kemasan yang digunakan di PT Insan Muda Berdikari menggunakan jenis botol dengan berbahan dasar plastik yang tipis tidak seperti kemasan lain yang menggunakan botol dengan bahan plastik dan memiliki ketebalan yang baik. Bahan label yang digunakan untuk memberikan informasi kepada konsumen masih menggunakan kertas biasa tidak berbahan plastik jadi tidak bisa bertahan di semua kondisi dalam artian akan mudah rusak jika terkena suhu yang dingin atau panas. Padahal informasi dalam kemasan merupakan faktor penting bagi konsumen sebelum melakukan pembelian terhadap produk yang dijual. Sedangkan untuk informasi tanggal kadaluarsa atau tidak bolehnya suatu makanan baik untuk dikonsumsi menggunakan tinta yang mudah untuk dihilangkan.

Salah satu faktor penentu kesuksesan dalam menjalankan penjualan suatu produk yaitu desain suatu kemasan. Dalam membuat desain kemasan menjadi salah satu pemicu penjualan sebuah produk karena berdasarkan fungsinya. Desain kemasan merupakan suatu nilai tambah yang dapat dijadikan sebagai perangkat emosional yang sangat ampuh untuk menjaring konsumen. Dalam konteks komunikasi visual, desain sudah menjadi bagian dari tim dalam industri komunikasi. Desain juga sudah menjadi salah satu aspek yang berpengaruh dalam membentuk perilaku suatu masyarakat dan perkembangan ekonominya. Desain kemasan digadang-gadang

mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli konsumen. Khususnya unsur desain bentuk dan warna kemasan sangat berpengaruh dibandingkan dengan faktor lainnya. Sehingga unsur-unsur tersebut sangat dibutuhkan dalam menciptakan desain kemasan yang baik dan tepat.

Saat ini kemasan produk memang sudah menjadi hal yang penting. Kemasan tidak lagi hanya berfungsi sebagai wadah pembungkus produk makanan atau minuman agar terhindar dari kotoran, debu, udara, benturan dan sinar matahari tetapi juga sebagai alat promosi dan menarik minat pembeli. Menurut Raheem, Vishnu dan Ahmed (2014), dengan kemasan, peningkatan penjualan dapat meningkat dan pangsa pasar dan mengurangi biaya promosi dan pasar. Selain itu, Rundhi (2005) dalam Raheem, Vishnu dan Ahmed (2014), menyatakan bahwa kemasan dapat menarik perhatian konsumen terhadap merek tertentu, meningkatkan citra dan merangsang persepsi konsumen tentang produk. Kemudian, kemasan juga menyampaikan nilai khas suatu produk (Underwood, 2003; Silayoi dan Speece, 2007 dalam Raheem, Vishnu dan Ahmeed, 2014). Kemasan juga berlaku sebagai alat untuk diferensiasi dan membantu konsumen untuk memutuskan produk dari berbagai macam produk parallel, serta kemasan juga merangsang perilaku pembelian pelanggan (Wells, Farley dan Armstrong, 2007 dalam Raheem, Vishnu dan Ahmed, 2014). Menurut E.P Danger dalam Darwis Ishak (1992:36), terdapat sejumlah alasan untuk mengubah desain dari sebuah kemasan, yaitu:

- a. Turunnya penjualan.
- b. Pengemasan pesaing yang lebih unggul.
- c. Perubahan kecenderungan konsumen.
- d. Perubahan sikap konsumen.
- e. Perubahan kondisi pasar.
- f. Kebijakan pemasaran baru.
- g. Perkembangan baru dalam bahan pengemasan, dan
- h. Perkembangan eceran baru.

Melihat kondisi tersebut maka perlu dilakukan riset pasar tentang kemasan produk yang digunakan, guna memperbaiki kondisi penjualan dan dapat meningkatkan kembali keuntungan dari produk tersebut.

Berdasarkan keterangan oleh Manajer PT IMB dari awal berdirinya perusahaan mereka terfokus penjualan ke warung-warung belum sampai ke Supermarket atau semacamnya. Jadi mereka kurang memperhatikan bagaimana yang namanya kemasan yang standar ataupun idealnya sebuah kemasan. Perusahaan hanya melakukan pengemasan berdasarkan pengetahuan yang mereka pahami, dan pada saatnya mereka akan mengembangkan produktifitas penjualan mereka baru menyadari bahwa dari segi kemasan produk You Jell yang dimiliki kurang menarik. Hal ini dialami perusahaan ketika produk ini akan di masukkan ke supermarket guna memperluas penjualan produk.

Penyimpanan yoghurt pada prinsipnya adalah pengawetan yoghurt itu sendiri. Pengertian pengawetan menurut Winarno dan Laksmi (1974) adalah suatu tehnik atau tindakan yang dilakukan oleh manusia pada suatu bahan sedemikian rupa sehingga bahan tersebut tidak mudah rusak . Selanjutnya dikatakan bahwa pengawetan bertujuan menghambat atau mencegah terjadinya kerusakan, mempertahankan kualitas dan menghindari terjadinya keracunan. Untuk produk air susu yang difermentasi, sifat asam cukup untuk mencegah terjadinya kerusakan oleh bakteri proteolitik atau bakteri yang tidak tahan asam (Frizier dan Weshoff, 1978).

Menurut Jawetz (1980), bahwa penyimpanan pada suhu rendah merupakan salah satu cara pengendalian dari pembiakan mikroorganisme . Selanjutnya dikatakan bahwa pada suhu rendah aktivitas kuman sangat terhambat dan hampir tidak ada aktivitas pada suhu di bawah titik beku .

Frazier dan Weshoff (1978) mengatakan bahwa keadaan dingin biasanya mengakibatkan penurunan dalam jumlah besar mikroorganisme yang hidup dalam suatu makanan, tetapi keadaan dingin juga dapat menyebabkan denaturasi sel-sel protein. Penanganan yoghurt setelah inkubasi dengan pembekuan, tidak

memperlihatkan efek kerusakan pada kerusakan pada biakan starter yoghurt atau aktivitas laktosa (Speck dan Geoffrion, 1980).

Kemasan yoghurt yang digunakan oleh PT IMB yaitu berbentuk botol berbahan dasar plastik dan untuk informasi-informasi yang berkaitan dengan perusahaan sendiri menggunakan bahan kertas. Berdasarkan penjelasan diatas bahwa yoghurt harus disimpan dalam kondisi yang selalu dingin dikarenakan jika suhu tidak sesuai maka bakteri yang ada akan berubah sehingga menyebabkan yoghurt rusak. Ketika yoghurt rusak maka tidak bisa dikonsumsi karena tingkat keasaman telah berubah.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, kemasan yang digunakan oleh perusahaan belum bisa memenuhi keinginan pasar. Hal itu bisa dilihat berdasarkan bahan yang digunakan dalam membuat kemasan dan logo kemasan yang belum bisa diterima oleh pasar. Berdasarkan hal tersebut maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan yaitu bagaimana merancang ulang desain kemasan produk You jell yang baik berdasarkan keinginan konsumen agar dapat meningkatkan penjualan produk.

1.3 Tujuan dan Manfaat Pemecahan Masalah

1. Tujuan Penelitian.

Tujuan penelitian ini yaitu memberikan usulan dalam perancangan ulang kemasan produk you jell dengan mempertimbangkan keinginan konsumen dalam pengembangan desain kemasan produk.

2. Manfaat Penelitian.

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian mengenai pengembangan desain kemasan ini yaitu dapat menarik konsumen untuk membeli yoghurt (you jell) serta berdampak pada peningkatan penjualan produk tersebut.

1.4 Pembatasan dan Asumsi

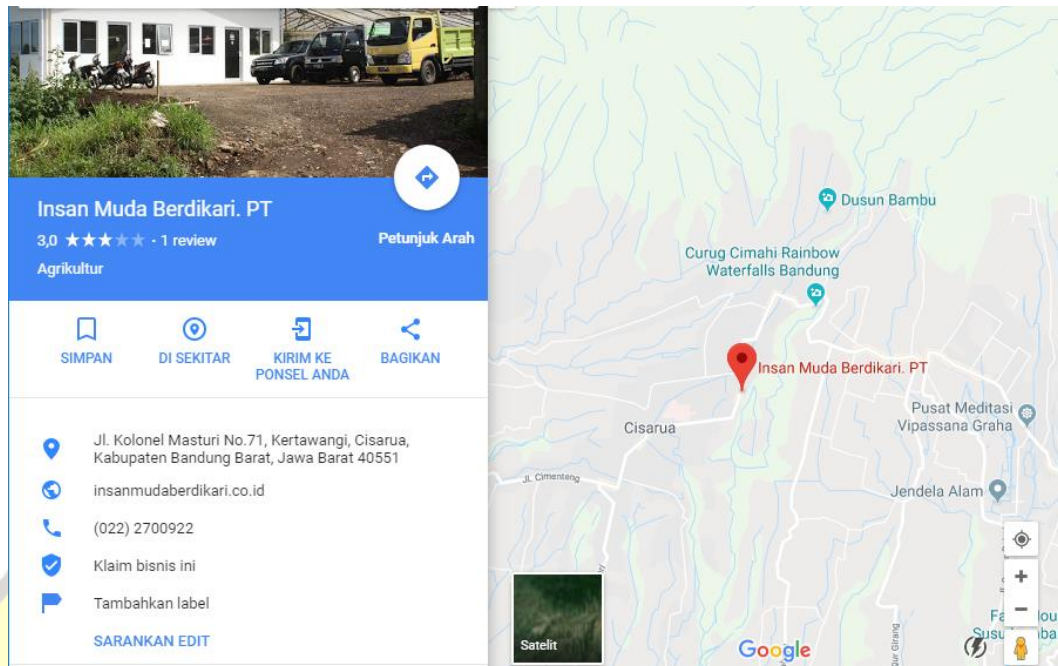
Batasan masalah dalam penelitian bertujuan supaya dalam penelitian tidak terjadi penyimpangan dalam pengerjaannya, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di PT Insan Muda Berdikari.
2. Produk yang diteliti adalah Yoghurt (You Jell).
3. Objek dari penelitian ini yaitu remaja dan dewasa.
4. Perancangan kemasan produk tidak memperhitungkan biaya.
5. *House Of Quality* yang digunakan yaitu fase 1 dan fase 2.

Sedangkan asumsi yang digunakan dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Tidak ada perubahan dan pergantian kemasan produk selama penelitian berlangsung.
2. Kualitas produk yoghurt diasumsikan baik.
3. Perancangan kemasan produk untuk menjaga fungsi produk.

1.5 Lokasi Penelitian



Penelitian dilakukan di PT INSAN MUDA BERDIKARI yang berada di Jl. Kolonel Masturi No.71, Kertawangi, Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40551

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi laporan dari penelitian ini maka digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan yang diambil, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan masalah dan asumsi-asumsi yang digunakan, serta sistematika penulisan untuk mempermudah pembaca dalam melihat inti dari penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan dalam memperkuat pendapat penelitian. Teori yang digunakan antara lain mengenai produk, kemasan

produk, kepuasan konsumen, perancangan dan pengembangan produk serta house of quality dan peta morfologi. Teori-teori yang dilampirkan dalam penelitian ini merupakan bahan pendukung dalam penelitian yang dilakukan.

BAB III USULAN PEMECAHAN MASALAH

Bab ini berisi tentang bagaimana cara memecahkan masalah, mengidentifikasi variabel penelitian, teknik pengumpulan data dan metode yang digunakan untuk pemecahan masalah serta alasan mengenai metode yang dipilih.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi data primer yang didapatkan dari hasil wawancara dengan pihak PT Insan Muda Berdikari dan data sekunder yang digunakan untuk mengidentifikasi keinginan konsumen dari kuesioner yang telah disusun dan disebar, selanjutnya yaitu menjabarkan bagaimana data-data yang telah terkumpul lalu dilakukan pengolahan data untuk melihat klasifikasi atribut-atribut kemasan Yoghurt (You Jel). Pada bagian akhir bab ini menjelaskan penyusunan *House Of Quality* (HOQ) yang digunakan dalam penelitian.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai pembahasan dan analisis dari penelitian, analisis yang dilakukan disini mengenai hasil rekapitulasi keseluruhan matrik dan pembahasan mengenai alternatif rancangan yang digunakan yaitu menggunakan peta morfologi dengan cara menghitung rangking dan melakukan pembobotan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir membahas mengenai kesimpulan dan saran yang nantinya harus dipertimbangkan oleh pihak perusahaan. Kesimpulan yang diajukan berdasarkan permasalahan yang telah dibahas dengan pemecahan masalahnya menggunakan *house*

of quality dan peta morfologi. Kesimpulan dan saran yang diberikan mempunyai tujuan supaya penelitian yang dilakukan bisa berguna bagi perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, L. (1995) : *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. USA: Addison-Wesley Publishing Company.
- Daetz. (1995) : *Customer Integration : The Quality function Deployment (QFD) Laders Guide for Decision Making*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Danger, E. P. (1992) : *Selecting Colour For Packaging* . Jakarta: Pustaka Binamaan Pressindo.
- Djaslim, Saladin, & Oesman. (2002) : *Intisari Pemasaran dan Unsur – Unsur. Pemasaran, Cetakan Kedua*. Bandung: Linda Karya.
- Ginting. (2010) : *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Heizer, J., & Render, B. (2009) : *Manajemen Operasi*. Jakarta: Selemba empat.
- Kotler, & Philip. (1996) : *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, A. (2001) : *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong. (2011) : *Dasar-dasar Pemasaran* . Jakart: PT. Indeks.
- Rosnani, G. (2009) : *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2016) : *Salesmanship*. Malang: PT. Bumi Aksara.
- Stanton, W. J. (1996) : *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2011) : *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulrich, & Eppinger. (2001) : *Perancangan & Pengembangan Produk*. Jakarta: Salemba Teknik.
- Aidil Fitriansyah . (2018) : *Usulan perbaikan rancangan kemasan produk bubuk dengan menggunakan house of quality fase 1 dan 2 serta peta morfologi* Bandung: Universitas Pasundan.
- BPOM.RI.(2007). *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK 00.05.55.6497 Tentang Bahan Kemasan Makanan*. Jakarta: Kepala BPOM.

Pustaka dari Situs Internet:

- Adriyngemi. (2012) : *House of Quality (HOQ)*, <https://branchoftheworld.wordpress.com/tag/house-of-quality-hoq-perancangan-produk/>, Download(diturunkan/diunduh) pada 16 Juli 2018.
- Anwar Hidayat. (2017) : *Penjelasan Teknik Purposive Sampling Lengkap Detail*, <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html>, Download(diturunkan/diunduh) pada 16 Juli 2018.
- Kardiyat Syafiq. (2017) : *Bahan Kemasan Pangan*, https://www.academia.edu/7089053/BPOM_No._HK_00_05_55_6497_ttg_Bahan_Kemasan_Pangan, Download(diturunkan/diunduh) pada 27 Agustus 2018.
- Fera Fitria. (2016) : *Dasar Perancangan Produk*, <http://menulisilmiah123.blogspot.com/2016/09/dasar-perancangan-produk.html>, Download(diturunkan/diunduh) pada 16 Juli 2018.
- Dina. (2013) : *Quality Function Deployment (QFD)*, http://hanasnowdrop.blogspot.co.id/2013/02/quality-function-deployment-qfd_1583.html, Download(diturunkan/diunduh) pada 16 Juli 2017.
- Wira Wijaya. (2013) : *Rumus Slovin untuk Menentukan Jumlah Sampel Penelitian*, <http://kutukuliah.blogspot.co.id/2013/06/rumus-slovin-dalam-menentukan-jumlah-sampel-penelitian.html>, Download(diturunkan/diunduh) pada 19 Desember 2017.